

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan dunia informasi yang terus bertransformasi semakin meluas pesat serta dengan cepat menyebabkan banyak media massa cetak maupun elektronik yang hadir. Kondisi masyarakat saat ini tidak akan lagi mampu membendung arus informasi, hal ini terjadi karena semakin besar kebutuhan masyarakat tentang informasi baik ilmu dunia maupun ilmu agama yang menjadi keperluan pengetahuan mereka seiring dengan perkembangan zaman yang ada (Rihartono., 2020).

Media komunikasi massa yang bersifat auditif kapanpun dan dimanapun sekaligus dapat menjadi penyeimbang atau peranan penting yang masih bertahan di era perkembangan zaman dan teknologi salah satunya adalah radio. Radio merupakan radio merupakan *Theater of the Mind*, media massa yang memiliki jangkauan luas dan memiliki segmen pasar tertentu (Nasution, 2018). Radio ini menjadi pengiring yang terus mendukung dan melestarikan media massa berbasis audio visual untuk masyarakat, dengan adanya radio ini masyarakat dapat terus memantau dan *update* tentang berbagai hal baik informasi maupun trending topik di masyarakat.

Komunikasi menjadi peranan yang utama antara audiens sebagai komunikan dengan komunikator. Komunikasi dapat terjadi secara verbal maupun nonverbal baik secara langsung atau melalui media-media yang ada. Terjadinya komunikasi merupakan salah satu bentuk dari proses dakwah yang disampaikan *da'i* pada audiens (*mad'u*), dalam hal ini audiens yang disampaikan adalah pendengar yang menjadi sasaran dakwah di Radio MQ FM. Keberhasilan dakwah tentu tidak terlepas dari proses komunikasi tersebut (Asriadi, 2020). Untuk itu, kontribusi komunikasi menjadi hal penting yang perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan dakwah. Sehingga secara

teoritis komunikasi menjadi kontribusi dalam rancangan kegiatan dakwah untuk dapat menyampaikan pesan-pesan dengan pola komunikasi yang efektif (Tajiri, 2020).

Dakwah merupakan suatu bentuk proses penyampaian ajaran islam atau petunjuk kehidupan yang menjadi salah hal yang sangat utama bagi kewajiban seorang umat muslim. Dalam dakwah inilah bentuk dari suatu proses mengajak, menyeru, serta membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Dakwah yang dimulai sejak zaman kenabian hingga kini telah menyesuaikan perkembangan jejak media dan telekomunikasi yang cukup signifikan (Syafii, 2018). Pada zaman sebelumnya dakwah disampaikan hanya secara langsung oleh para pendakwah di suatu tempat, sebagai contoh masjid atau mushola (Usman, 2021).

Namun, di masa sekarang ini dakwah mulai merambah ke arah penyampaian secara tidak langsung di berbagai ragam media massa, seperti radio, televisi, dan jejaring internet (Az-zahra Sabrina Fadilah., 2021). *Feedback* atau perubahan yang terjadi dapat dilihat mulai dari jumlah pengikut, metode pergerakan-pergerakan atau jamaah yang mengusung dakwah itu sendiri. Kemajuan teknologi yang berperan tinggi dalam perkembangan dakwah bahkan menuntut dakwah untuk dikemas secara lebih efisien, mudah dan praktis, apalagi melihat zaman sekarang ini dakwah dan teknologi tidak dapat dipisahkan lagi.

Penyampaian dakwah tentu terdapat pesan tersirat petunjuk Allah dan As-Sunnah sebagai sumber utama. Pesan atau materi dakwah adalah tujuan atau isi yang disampaikan oleh *da'i* pada *mad'u* sehingga dalam kegiatan dakwah tersebut terjadilah komunikasi.

Dalam penyampaian pesan dakwah tersebut tentu diperlukan teknik penyampaian yang sesuai untuk dapat menyampaikan dan diterima dengan baik oleh *da'i* pada *mad'u*

itu sendiri. Hal inilah yang menjadi pembahasan yang diteliti oleh penulis sebagaimana dalam perjalanan dakwah tentu *da'i* menjadi pemeran utama yang mampu mengiring sekaligus membawakan hal yang akan dicapai untuk dapat tersampaikan dengan sebaik-baiknya.

Dari sudut pandang agama, tentunya dakwah menggunakan cara terbaik untuk menyeru manusia dengan santun, dan memberi nasihat secara hikmah (Romadoniyati., 2021). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl Ayat 125:

اُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk." (Kemenag RI, 2019)

Media penyiaran radio yang eksistensinya mulai menurun akibat perkembangan media gadget serta media-media sosialnya. Namun MQ FM masih terus dikembangkan dengan maksimal sekaligus menjunjung otoritas radio MQ FM sebagai radio dakwah yang di gandrungi masyarakat (Molaba, 2020). Walaupun dengan perkembangan zaman yang jauh lebih efektif, radio masih terus berjalan sebagai salah satu cara terbaik yang mampu menyerukan dakwah untuk umat. MQ FM Yogyakarta selalu berjalan beriringan dengan perkembangan zaman yang ada agar tetap mampu berdiri dengan stabil dan turut berkembang dengan sendirinya, namun hal tersebut pun tak mungkin luput dari adanya tim redaksi yang bekerja luar biasa kerasnya.

Penelitian yang dilakukan penulis ini adalah salah satu bagian dari bentuk strategi sebagai aset untuk mampu memberikan perubahan dengan mengkaji teori-teori terbaru *da'i* dalam penyampaian dakwahnya. Masing-masing *da'i* sudah semestinya memiliki karakteristik dan cara tersendiri yang membentuk *branding* dirinya sendiri. Untuk itulah kenapa subjek yang berkaitan perlu dikaji untuk menjadi pembelajaran atau acuan teori-teori baru yang dapat dipelajari untuk menyampaikan dakwah dengan retorika yang baik dan tepat (Santoso, 2019).

Untuk itulah retorika juga dianalisis oleh banyak peneliti, karena didalamnya terdapat ilmu pengetahuan yang dipraktikkan demi penyampaian pesan dakwah yang tepat dengan metode-metode yang berkualitas. Metode yang tepat dan berkualitas itulah yang mampu memberikan penilaian untuk para pendengar sehingga secara tidak langsung pendengar sendiri mampu memberikan penilaian dan atau pendapat terhadap perilaku dakwah dari *da'i* pilihan audiens (*mad'u*). Apalagi dalam dakwah peran penting komunikasi yang berhasil adalah dimana dakwah yang disampaikan dapat tersampaikan dan dirasakan langsung oleh *mad'u* khalayak umum (Luqman., 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan ini penulis memilih radio MQ FM Yogyakarta sebagai objek dakwah tidak semata tanpa penjelasan, beberapa alasan diantaranya secara garis besar karena radio MQ FM Yogyakarta menjadi salah satu radio besar yang dikenal sebagai radio dakwah cetusan Ustadz Aa Gym (Abdullah Gymnastiar). Selain ketenarannya sebagai radio dakwah, secara kualitas radio ini mampu menyajikan informasi islami sebagai proses dakwah yang relevan. Hal tersebut dapat disimpulkan dari hasil observasi yang dilakukan penulis sebagaimana adanya penyajian informasi yang disampaikan secara *real* dilakukan dengan melaksanakan riset terlebih dahulu, apalagi dalam hal dakwah yang dalam tanda kutip bukan ilmu yang sembarangan.

Radio MQ FM Yogyakarta ini juga terus berkontribusi dan memberikan pemateri-pemateri yang berkualitas bekerjasama dengan Yayasan Daarut Tauhiid. Ustadz Aa Gym bertanggung jawab besar untuk mampu menghadirkan materi dengan pemateri yang sangat memiliki otoritas tinggi dalam bidang agama dan tentunya dengan aliran dan atau ilmu yang sefrekuensi di dalamnya.

Demi mampu untuk terus meningkatkan kualitas serta prioritas yang diharapkan pendengar, radio MQ FM Yogyakarta terus berjalan dengan berbagai program siaran yang menarik. Didalam setiap program yang dijalankan tentu memiliki pesan tersirat demi terus menjunjung tinggi kemajuan dakwah serta religiusitas umat muslim. Program yang dijalankan dikembangkan melalui berbagai program, mulai dari kajian, talkshow, lagu-lagu islami, inspirasi, motivasi, bincang hingga murottal ayat di setiap harinya. Dari hasil wawancara yang diperoleh MQ Pagi ini juga menjadi salah satu program siaran yang favorit didengar oleh masyarakat, untuk itulah hal ini yang sekaligus menjadi alasan penulis memilih program siaran MQ Pagi ini. MQ Pagi juga menghadirkan program siaran dalam bentuk kajian yang fokus pada persembahan penyampaian pesan dakwah atau tausiyah oleh ustadz Aa Gym dan atau rekan Daarut tauhiid yang beliau naungi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data rekaman siaran melalui kajian Ustadz Aa Gym pada program MQ Pagi yang di siarkan di Radio MQ FM Yogyakarta.

Penulis tentu juga memiliki alasan tersendiri terkait dengan subjek yang penulis tentukan dalam penelitian ini. Setiap *da'i* memiliki gaya khas masing-masing yang menjadi bagian dari retorikanya (Wardhani, 2018). Retorika dakwah sendiri tidak sembarang dapat diterapkan dan dianalisis, tentu penulis perlu adanya sampel pembahasan demi keberhasilan penulis. Ustadz Abdullah Gymnastiar sebagai salah

satu *da'i* besar di Indonesia yang sudah banyak dikenal masyarakat dengan karakteristik retorika dakwah tersendiri.

Personal branding yang dimiliki menjadi salah satu bentuk ciri khas yang berbeda pada dirinya hingga mampu dikenal khas oleh masyarakat luas. Beberapa contoh diantaranya seperti pemakaian sorban di kepala sebagai bentuk fashionnya, jiwa *friendly* saat berkomunikasi dengan masyarakat lainnya, bahasa serta tutur katanya dan lain sebagainya (Hasanah, 2020). Menurut penulis, hal tersebut yang juga mampu menyentuh emosional pendengar atau audiensnya sehingga banyak diminati masyarakat luas. Ustadz Aa Gym juga memiliki ciri khas dengan caranya menyampaikan kebenaran nilai-nilai Islami untuk disampaikan pada umat Muslim lainnya. Untuk itulah kemenarikan pada seseorang atau *da'i* (pendakwah) mampu memberikan nilai tersendiri untuk ditiru, dibahas, diteliti hingga dianalisis oleh para peneliti lainnya juga.

Penelitian terkait dengan retorika dakwah ini tentu sudah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti mulai dari pembahasan yang sama hingga berbeda. Teori yang ada tentu akan mendukung keberhasilan penulis dalam menganalisis data yang telah dirumuskan. Sudut pandang di setiap peneliti pun tentu berbeda, namun semakin banyak penelitian dilakukan maka akan semakin memperkuat point dan sudut pandang yang berbeda (Ibrahim, 2019).

Secara garis besar penelitian ini penulis lakukan karena merupakan bentuk strategi sebagai aset perkembangan zaman dalam metode retorika dakwah. Dengan banyaknya *da'i*, teori-teori retorika dakwah yang semakin terbaru, serta problematika zaman yang ada, maka akan semakin memperkuat kinerja dakwah dari waktu ke waktu hingga saat ini. Dengan begitu, penelitian oleh penulis tentunya akan sekaligus memberikan

inovasi-inovasi terbaru untuk para *da'i* dalam penyampaian dakwahnya di zaman sekarang ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian yang dilakukan sebagaimana penelitian terkait dengan retorika dakwah Ustadz Aa Gym ini sangat perlu kembali dikembangkan. Penulis mengemukakan penelitian ini dengan metode, objek, serta teori terbaru yang belum diidentifikasi pada penelitian sebelumnya.

1.3 Rumusan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian yang akan dilakukan penulis merumuskan suatu masalah sebagai jangkauan penelitian penulis, yaitu tentang bagaimana retorika dakwah Ustadz Aa Gym dalam program siaran MQ Pagi pada Radio MQ FM Yogyakarta menggunakan teori pada "*the 5 Inevitable Laws of Effective Communication*"?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengarahkan penelitian serta masalah yang dikemukakan pada pembahasan latar belakang dan rumusan masalah, maka perlu mengetahui tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan retorika dakwah Ustadz Aa Gym dalam program siaran MQ Pagi Radio MQ FM Yogyakarta menggunakan menggunakan teori pada "*the 5 Inevitable Laws of Effective Communication*".

1.5 Manfaat Penelitian

1.1.1. Manfaat Teoritik

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai retorika dakwah di media radio sekaligus menambah wawasan tentang aktivitas dakwah di era modern.

1.1.2. Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis tentu penelitian ini terdapat manfaat praktis lainnya yang secara praktis hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dakwah khususnya terkait dengan retorika dakwah pada program acara MQ Pagi Radio MQ FM Yogyakarta.
2. Bahan pertimbangan bagi para penyiar dalam mengelola pesan dakwah dengan pengembangan retorika dakwah.
3. Penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan/radio-radio sebagai bentuk studi banding dalam manajemen siaran radio utamanya dalam program siaran yang berkaitan dengan dakwah.
4. Sementara bagi masyarakat penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan bagaimana redaksi siaran dalam mengelola informasi untuk kemudian menjadi bahan siaran program yang disajikan untuk masyarakat.
5. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai pengetahuan bagaimana redaksi siaran khususnya *da'i* dalam mengelola strategi dakwah penyiaran radio khususnya pada Radio MQ FM Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara umum, penulis membagi sistematika penulisan menjadi lima bagian, diantaranya yaitu:

Bab I, membahas terkait dengan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, membahas terkait dengan tinjauan pustaka dan kerangka teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

Bab III, membahas terkait dengan metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini. Dimulai dengan pendekatan penelitian, operasional konsep, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV, membahas terkait dengan penelitian yaitu menjawab rumusan masalah dan menghubungkannya dengan teori yang dipakai penulis pada bab sebelumnya.

Bab V, merupakan pembahasan terkait dengan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran.